

Yo soy muy barrial". Usos y concepciones del cuerpo, en relación a la belleza, de mujeres de sectores populares.

Aréchaga, Ana Julia.

Cita: Aréchaga, Ana Julia (2013). Yo soy muy barrial". Usos y concepciones del cuerpo, en relación a la belleza, de mujeres de sectores populares. *X Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <http://www.aacademica.com/000-038/712>

X Jornadas de Sociología de la UBA.

20 años de pensar y repensar la sociología. Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI, 1 a 6 de Julio de 2013.

Mesa: Número 76. *La configuración sociocultural e histórica de los cuerpos de las mujeres.*

Título de la ponencia: **Yo soy muy barrial. Usos y concepciones del cuerpo, en relación a la belleza, de mujeres de sectores populares.**

Autora: Aréchaga, Ana Julia. CICES - IdIHCS / (UNLP - CONICET).
Doctoranda en Ciencias Sociales, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE). Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

anajuliare@yahoo.com.ar

Introducción

El siguiente trabajo se propone desarrollar, de manera preliminar, los procesos de construcción del cuerpo vinculados a la dimensión estética¹. Presentaremos reflexiones primarias sobre los sentidos que le otorgan las mujeres de un barrio pobre a la belleza, los cuidados estéticos y la apariencia. Se ahondará en los diversos modelos de cuerpo que sean referentes y que operen en la construcción del cuerpo de las mujeres del barrio, en el modo en que son incorporadas ciertas representaciones hegemónicas sobre la estética y los procesos que ponen en tensión los estereotipos de cuerpo, a la vez que se dará relevancia a los modos en que el barrio contribuye a determinar parámetros estéticos y, por ende, legítimos en ese contexto.

Esta ponencia surge como parte del trabajo de campo realizado para la tesis doctoral. Dicha investigación se basa en la pregunta por los elementos que operan en la construcción del cuerpo de mujeres en situación de pobreza y su vinculación con la reproducción de las desigualdades sociales. Más específicamente, se busca ahondar en las representaciones y las prácticas que se ponen en juego en la construcción del cuerpo de mujeres que habitan un

¹ Hacemos referencia al uso coloquial de la palabra estética, entendiendo por ella lo referente a la producción de una apariencia, las prácticas en correlación con ello y el gusto, que se encuentra socialmente determinado.

barrio periférico del partido de La Plata, a partir de dos dimensiones: la estética y la salud.

Partimos de un abordaje cualitativo con un enfoque etnográfico (Guber, 2001), centrado en la realización de observaciones y entrevistas. En este trabajo expondremos los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo, realizado entre principios de mayo del 2011 y fines del 2012, para lo cual se analizaron 50 notas de campo y 5 entrevistas en profundidad. La unidad de referencia empírica son las mujeres del barrio que se encuentran vinculadas al espacio de recreación, que a continuación describiremos.

El barrio está ubicado en la periferia del casco urbano, a unos 30 minutos del centro de la ciudad. Allí se desarrollan diferentes actividades colectivas, a partir de las cuales se ha logrado la inserción y realización de observaciones. A su vez, funciona una Mesa Técnica Operativa, conformada y organizada por diferentes programas municipales y provinciales (Barrio Adentro, CPA, Médicos Comunitarios), referentes barriales y docentes de las escuelas cercanas. Una de las actividades que se proponen es un taller de recreación para niños y niñas, a partir del cual hemos mantenido la inserción en el barrio y comenzado a generar vínculos no sólo con quienes toman los talleres sino principalmente con quienes ayudan a su desarrollo: mujeres de diversos grupos etarios². Hemos tomado este espacio como lugar de partida ya que allí se dan múltiples actividades (charlas informales, venta de ropa para recaudar dinero, preparación de la merienda) que permiten acceder a diversas situaciones en un espacio cotidiano de las vidas de las mujeres que constituyen nuestra unidad de referencia empírica. A la vez, por su localización, es un lugar de encuentro: el taller de recreación se realiza en la “canchita de fútbol” del barrio; alrededor de ella se encuentran ubicadas muchas de las casas de las familias que participan del espacio, lo que permite aprehender de manera amplia “la vida del barrio”, las formas de socialización, las actividades cotidianas, constituyendo un lugar clave de observación.

² La investigación se centra en mujeres adultas, considerando tales a quienes se identifican de ese modo. Un principio rector de la adultez está vinculado con la maternidad. Sin embargo, citaremos la experiencia compartida con mujeres de diferentes edades, porque consideramos que todas aportan a una mirada sobre los temas propuestos. Asimismo, los sentidos que se van construyendo sobre la belleza, los cuidados y la estética se reproducen generacionalmente, es decir que de madres a hijas se va transmitiendo esta enseñanza.

El barrio se caracteriza por no poseer conexión de agua potable formal ni cloacas, las conexiones de electricidad de las viviendas son precarias y carecen de servicio de gas. Muchas viviendas no poseen baño dentro del hogar, ni inodoro. Lo que nos lleva a calificar al barrio como un barrio pobre con hogares con NBI.

Modos de obtención de la ropa

Resulta interesante comenzar por describir el modo en que estas mujeres obtienen la ropa que usan en la vida cotidiana, tanto la suya como la del resto de sus familiares.

A lo largo del trabajo de campo hemos encontrado diversos modos en que ellas adquieren su indumentaria, compuesta principalmente por ropa, calzado y algunos accesorios. Uno de los modos frecuentes es procurarse la ropa a partir de su compra en la feria “La Salada”³, esto implica que o bien concurren de manera individual o bien una de las mujeres del barrio realiza una gran compra que luego se venderá en el barrio. La compra tiene dos formas diferentes: o se realizan encargos (la ropa que se trae es pedida según los gustos y necesidades de las vecinas) o se compra una cantidad y luego se vende.

Una de las mujeres detallaba los beneficios de ir a “La Salada” por la diferencia que se hacía en relación a los precios de los negocios “del centro”. La existencia de este mercado permitió, entonces, que las mujeres puedan acceder a prendas que antes no podían comprar, lo que viabilizó “*cierta aplicación de la moda del centro en el barrio*”, según las palabras de una de las entrevistadas. Ella nos comentaba sobre la época en que iba al colegio y en vinculación con lo anterior:

Nos recorríamos todo el centro y nosotras [hace referencia a ella y una compañera del secundario localizado en la zona centro de La Plata] decíamos que eran todas chetas las minas. A nosotras nos gustaba porque veíamos cada moda allá en el centro... que acá en ese entonces no había esa moda acá que vos veás en el centro, como que nadie la aplicaba en el barrio. Y ahora a partir de 3 años atrás, o no, más... no, más... (Irma, 24 años; entrevista a Irma y Dana).

El relato continúa con la aparición de “La Salada” y de cómo la feria les posibilitó el acceso a ropa que imita marcas reconocidas. En la misma

³ “La Salada” es una feria ubicada en Lomas de Zamora, y la ropa que se vende allí es de precios muy bajos, ya que no se pagan impuestos. Generalmente, la ropa es traída de países limítrofes o confeccionada en grandes talleres con mano de obra barata.

entrevista, Dana afirma que les permitió acceder a “ropa de marca”, con buena calidad de imitaciones. Ella hace referencia a marcas de ropa deportiva, frecuentemente usadas y valoradas por estos sectores. Es decir que, por un lado, permitió el acceso a “ropa de chetas”, “del centro”, pero, por otro lado, permitió darle “status” a la ropa que les gusta: *“ahora me puedo comprar una campera Adidas”*.

En continuidad con lo anterior, dentro de las prendas más utilizadas encontramos que las zapatillas deportivas suelen ser un componente importante del vestuario del barrio, principalmente de jóvenes pero también de adultos. Pueden obtenerse en “*la bolisport*”, nombre que se le da a la casa de una mujer que compra zapatillas en “La Salada” y luego las revende en el barrio.

Otro modo de adquisición de las prendas es por medio de parientes, que traen ropa de países limítrofes como Paraguay y Brasil. Una parte es comercializada y otra regalada.

También es conseguida a partir de donaciones que se realizan al barrio. Un modo recurrente, que se vincula con el espacio de recreación -ya que por momentos constituye un modo de financiar elementos para la realización de la merienda-, es que a partir de donaciones se obtiene ropa que luego se vende, funcionando lo que se ha denominado como “*roperito*”. Las donaciones son obtenidas por las personas que trabajan en los programas sociales y la venta es realizada por una de las referentes del espacio de recreación (Tati) a la gente del barrio a precios que no ascienden los 5 pesos.

Otra forma de obtención de indumentaria es a partir de otro tipo de donaciones: se pide ropa en las casas “del centro” o, de manera más indirecta, se toman cosas que suelen dejarse en las veredas para que la gente se lleve. Generalmente, se denomina esta búsqueda como “*cirujeo*”. Sin embargo, las mujeres no realizan esta práctica de forma habitual, por ende ellas suelen decir que “encontraron tirados” determinados objetos como zapatillas, sandalias, camperas, etc.

Por último, y de manera menos frecuente, hemos encontrado que algunas mujeres compran su ropa en locales del “centro” de la ciudad, entendiendo por “centro” una calle que posee varios comercios (diagonal 80), pero que no es el centro comercial de la ciudad propiamente dicho (calle 8).

Cabe mencionar también que las prendas y el calzado, de adultos y niños, circulan entre vecinas y familiares: no han sido pocas las veces que una de nuestras entrevistadas se encontraba lavando ropa o calzado para alguna otra vecina que lo necesitara. Lo que nos remite al capital social del que se valen las personas de sectores populares (Gutiérrez, 2004).

En una de las notas de campo, una de las mujeres que trabaja con encargos de “La Salada” comentó que lo más pedido por sus compradoras habían sido calzas y babuchas, “mucho animal print” y también ropa de bebé. Generalmente, las mujeres que venden ropa, ya sea donada o traída de “La Salada”, insisten que en el barrio “no se puede vender muy caro”.

También suele comprarse cuantiosa cantidad de ropa para bebés, siendo los recién nacidos en quienes más invierten las mujeres y a quienes se les presta más atención a la hora de seleccionar las prendas. En este sentido, Irma nos decía: “las madres hacen que sus hijas estén combinadas” (Nota de campo nº 35), lo que da cuenta de la relevancia que tiene para ellas seleccionar el vestuario de sus hijas e hijos a su gusto y no de modo azaroso.

En relación a la ropa donada, tuvimos la oportunidad de ordenarla varias veces junto con Tati, una de las referentes del espacio de recreación, quien luego se encarga de su venta. Una de esas veces, ella seleccionaba la ropa según era para niños o adultos y, a medida que sacaba las prendas del bolso, les ponía precio. La ropa donada se encontraba en muy buenas condiciones, lo que llevó a la especulación de Tati: “esta mujer debe tener mucha plata para regalar todo”; y hacíamos suposiciones sobre si la ropa estaba allí por elección o por equivocación. Al mostrarle una remera que nos parecía nueva y muy linda, ella sentenció “¡eso no es nuevo, eso está viejo!”, lo que resultó un dictamen que contradecía la sintonía en la que veníamos mirando la ropa. Esta frase nos lleva a reflexionar sobre un modo de marcar distancia que cristaliza la posición social desigual de ambas: algo que estábamos valorizando, ella lo desvalorizó, colocándolo en un lugar inferior.

Por otra parte, otra de las mujeres, la Chiqui, decía que no le encontraba el sentido a comprarse ropa todos los días, práctica que atribuía a las “mujeres del centro”, porque no se usaba, connotando dicha práctica como de irracional. Sin embargo, en varias entrevistas y charlas informales se ha indicado que hay

personas del barrio que se compran ropa todas las semanas, siendo ésta una práctica usual.

Como hemos explicitado anteriormente, el vestuario cotidiano de las mujeres es el resultado de los diversos modos de obtención, donde para ocasiones especiales (fiestas, salidas nocturnas, etc.) existe una mayor producción y minuciosidad a la hora de elegir las prendas. A su vez, las mujeres priorizan la vestimenta de los bebés y niños y niñas más pequeños, buscando que estén “a la moda”.

Por último, estos modos de obtención de la ropa caracterizan, por un lado, el tipo de acceso que se tiene y, por otro, los grados de elección que hay sobre la indumentaria. Al mismo tiempo que nos permiten empezar a entrever cuáles son las modas del barrio, ya que al obtener la ropa de las mismas formas se genera una uniformidad en el vestir y en qué es lo que se usa en el barrio y qué no (dónde comprarle, cómo, qué marcas, etc.).

Entre la legitimidad del barrio y del centro

A partir de analizar diversas charlas informales, pudimos identificar una tensión entre lo que sería “la moda del barrio”, los modelos estéticos legítimos para aquellas mujeres que viven en ese barrio y la “penetración” de los modelos estéticos hegemónicos asociados con los parámetros impuestos en los medios de comunicación y el negocio de la moda. Estos últimos cristalizan roles desiguales de género y posiciones diferenciales en la estructura social.

En términos generales, este proceso puede comprenderse, a la luz de la definición de culturas populares de Stuart Hall, como el interjuego entre *contención* y *resistencia*, definido por la tensión continua de relación, influencia y antagonismo con los sectores dominantes (Hall, 1984). En este sentido, se ponen de manifiesto una pluralidad de representaciones acerca de cómo deben ser “nosotras las del barrio”, qué cuidados deben tenerse con el cuerpo, qué zonas deben destacarse del cuerpo, cómo deben presentarse, qué colores se deben usar. Y, por otra parte, todas aquellas representaciones que se identifican con “las otras”, “las del centro”, y por ende, los cuidados que ellas tienen, los modos de vincularse con los cuerpos, el tipo de ropa que usan. En esta tensión se van delimitando de manera difusa estéticas legítimas para el

barrio, que identifican un conjunto de valores, como la higiene, la comodidad, lo lindo, lo correcto según la edad y el tipo de cuerpo.

Así se construye discursivamente lo que se puede y lo que no se puede usar. Por ejemplo, en una charla entre cuatro mujeres que pertenecían al equipo de fútbol del barrio, se decía, de manera risueña, que las contrincantes habían jugado con pantalones demasiado cortos y que a una se le veía la entrepierna. Aducían que esos *shores* podían ser los de sus hijas pequeñas. En el mismo relato, otra agrega que una se había atrevido a ponerse calzas cuando “era vieja y tenía la cola caída”. Vieja, para ellas, es ser abuela, tener 50 años.

En estos comentarios podemos observar que existe una construcción sobre lo que se debe y lo que no se debe, es decir, un gusto estético, que se aleja de lo que Bourdieu denominó “elección de lo necesario” como criterio del gusto de los sectores populares (Bourdieu, 1998). Se arma un sistema de representaciones donde se construyen parámetros estéticos para la gente del barrio.

Podemos afirmar, entonces, que **existe una preocupación por la estética** y por la presentación del cuerpo, correspondiendo a lo que se espera de ser mujer. Lo que se manifiesta a partir de diversas situaciones. Por ejemplo, otra de las referentes del espacio de recreación del barrio vende productos cosméticos a través de catálogos. En varias ocasiones esto dio lugar a charlas sobre cremas que se compraban para la celulitis o para la depilación. En relación a ello, una mujer nos comentaba contenta que luego de sus siete embarazos no tenía ninguna estría, y mostraba la panza orgullosa. Y Dana exhibía un armario, que tenía en su casa, repleto de cremas que no llegaba a usar, pero que le gustaba comprarse y tener.

También “la gordura” se ha mencionado como una preocupación: en distintas oportunidades acusan que tienen panza, o que están gordas, dado que algunas de las mujeres presentan sobrepeso por las condiciones de vida (alimentación basada en harinas, numerosa cantidad de embarazos, etc.). Incluso, Dana manifestó haber tenido trastornos de alimentación durante su adolescencia (hace referencia a cuando tenía 15; al momento de la entrevista tiene 21 años y es madre):

D: Yo cuando era chica tuve muchos complejos de gordura.

E: Pero, ¿eras gorda vos?

D: Era rellena, yo tuve principio de bulimia cuando era chica. Iba a la escuela y me ponía los dedos en la boca para vomitar... yo me sentía fea, me sentía gorda (Dana, 21 años; entrevista a Irma y Dana).

Sin embargo, estar a dieta resulta algo muy complejo para ellas, por el precio de los alimentos bajos en grasas, por la organización familiar y por las condiciones de vida (generalmente no tienen cocina).

El cabello también suele ser centro de cuidados e interés. Los peinados y las tinturas suelen ser frecuentes, el pelo largo se considera un símbolo de belleza y “pintarse” el pelo es lo común. Incluso puede observarse que a las niñas pequeñas también se les “pinta” el pelo como las madres. Los colores van variando de rojo a negro y rubio bien claro, y suele realizarse de manera “casera”.

Por último, otro ejemplo que abona la idea anterior –sobre la relevancia que se le otorga a la estética–, es que un día Tati nos cuenta que se había comprado unos zapatos de goma, color violeta, y me muestra que se le habían quemado. Me comenta que el día anterior, fecha del incidente, se puso a llorar al ver sus zapatos nuevos quemados.

En esta dirección, consideramos como una cuestión de época que la belleza (o la apariencia) se haya vuelto un vehículo de expresión de la personalidad, la cual es cada vez menos un don y más un trabajo a realizar sobre el propio cuerpo (Vigarello, 2009). El individuo se vuelve responsable de su apariencia, y se torna posible generar juicios de valor sobre el individuo a partir de ella, ya que las apariencias no están más sujetas a las instituciones (Vigarello, 2009). En este aspecto, no son pocas las veces que algunas mujeres nos han mencionado la regulación que sienten por parte de las propias vecinas del barrio. Se sienten observadas y a la vez demandadas de “estar arregladas”.

Ahora bien, si bien esta preocupación está presente en sus vidas, por otra parte, existe la percepción de que las mujeres del centro tienen mayores cuidados con sus cuerpos y que, por ende, son más “femeninas”. Se da una clara distinción entre “las del centro” y ellas, “las del barrio”, distinción que identifican con un modo de vestirse y ciertos cuidados del cuerpo (como la realización de dietas), atribuyendo a “las mujeres del centro” una preocupación permanente por su cuerpo. A su vez, las percepciones construidas sobre “las

del centro” generan, por un efecto de distancia-rechazo, determinadas percepciones sobre ellas mismas.

C: (...) Bueno, por ejemplo, nosotras jugamos al fútbol, todo, nosotras somos re machonas de barrio y vos sos de ahí del centro y no juegan al fútbol ni nada.

E: Claro, las chicas del centro como que son más “piripipi”.

C: femeninas

E: ¿Más femeninas?

C: Sí, por ahí las chicas del centro están arregladas todo el tiempo, nosotras cuando salimos no más.

E: Pero, vos estás maquillada todos los días...

C: Pero yo te digo arreglada con ropa fina, se compran ropa todos los días, yo me cago de risa (Entrevista a La Chiqui; en el momento de la entrevista tenía 15 años, ahora tiene 17 y es madre).

Y aquí se da lo que podríamos denominar un doble juego: por un lado, valorizan determinados caracteres que se autoatribuyen y, por otra parte, se incorporan estigmas.

En el primer caso, coincidimos con Míguez y Semán (2006) en que la fuerza entendida como resistencia física o entereza emocional es una cualidad que otorga prestigio. En la conversación en la que se charlaba sobre el partido de fútbol ganado, las mismas cuatro mujeres hablaban de que un grupo de chicas de otro barrio iban a ir a entrenarse con ellas porque ellas jugaban muy bien, evaluando positivamente, como parte de su juego, la fuerza que le imprimían. Parte de la fama del equipo es el de “ser brutas”, a continuación cito la nota de campo:

La rubia dice que nadie del barrio quiere jugar con ellas porque les ganan a todas, que son muy brutas. Nicolasa dice que no son brutas. Yo les digo que les deben tener miedo, “aparece Tati, te pone cara y ¡salen todas corriendo!”, les digo. Nos reímos de los chistes que hago acerca del carácter que deben tener en la cancha como para que ninguna quiera jugar con ellas (Nota de campo n° 27).

Contribuyendo con esta argumentación, cuando le pregunté a un grupo de mujeres jóvenes cómo debería ser el cuerpo ideal de una mujer, como parte de las características dijeron “que tenga fuerza en las piernas, no en los brazos”.

Así se le otorga valor a determinadas características como, por ejemplo, la fuerza; no sólo física sino también emocional. Ha sido recurrente que las mujeres nos devuelvan una imagen sobre nosotras como de alguien débil, en contraposición con la que ellas muestran: mujeres fuertes que afrontan los quehaceres cotidianos en situaciones adversas. Esto pudo ser observado en situaciones donde se mofaban de algunas palabras que utilizábamos, o contradecían lo que decíamos, hasta modos de mirarnos condescendientes.

En continuidad con lo anterior, también se valoriza el cuerpo con curvas, el estar “rellenita y no demasiado flaca” y cierta racionalidad práctica, por ejemplo, se prioriza lo que “dura más”. Además, observamos que la higiene resulta muy importante para la presentación: las madres se preocupan porque sus hijos e hijas estén limpios, se lava la ropa todos los días (incluso días de muy bajas temperaturas y grises), al mismo tiempo que varios insultos que circulan se vinculan con el ser sucio. Esta relevancia que se le da a la higiene se contrapone con el prejuicio de que la gente pobre es sucia, prejuicio que ellas también suponen.

Por último, así como se valorizan ciertas características, también suelen destacarse determinadas partes de la cara, como por ejemplo los ojos en contraposición a la boca, y determinados colores de ropa (los colores que no acentúen el color de tez). La sumatoria de varias de estas características hace a un modelo de cuerpo legítimo para las mujeres del barrio.

Este modelo de cuerpo es reproducido de madres a hijas, donde las generaciones imprimen diferentes vínculos con la estética: las más adolescentes son las más coquetas, las niñas son las más cuidadas y las madres las más dejadas. Esta caracterización responde a lo que nos comentaba una de las entrevistadas. Sin embargo, dentro del barrio se detecta aquellas que tienen mayores cuidados y quienes no: *“las hijas de Zulema están siempre arregladas y pintadas, son coquetas, siempre están muy cuidadas, y las hijas de las hijas también, se visten todo así, es como que las madres hacen que las hijas estén a la moda”* (Nota de campo n° 50). Al mismo tiempo, como expusimos, se sienten juzgadas por otras mujeres si no responden al estereotipo que se demanda para el barrio.

En este sentido, pudimos observar, a partir de diferentes prácticas, que hay una fuerte preocupación por la estética, vinculada con la construcción de los modelos de belleza. Estos modelos valorizan ciertas características (hegemónicas o no) que tienen una regulación propia en el barrio: existen patrones que “deben seguirse” y que se sancionan (por medio de la mirada, comentarios, chismes) en diferentes grados si no se cumplen.

Ser/Parecer *blanquita*

Desde el otro aspecto del doble juego que mencionábamos, la incorporación de estigmas, hayamos que el término nativo *blanquito* es utilizado como un modo para caracterizar lo bello, lo agradable, lo que se distingue, y también lo que se identifica con otros sectores sociales. En esta dirección, consideramos que se incorporan estigmas, percibiéndose la influencia de modelos de cuerpos hegemónicos. Por modelos de cuerpos hegemónicos entendemos aquellos que materializan posiciones de clase, género, raza que:

se han puesto como los únicos capaces en el ejercicio de la ciudadanía, la ciencia, el derecho, la teología; cuerpos que desde esas disciplinas normativas y desde esos espacios de poder elaboran las normas para todos los cuerpos, los valores para todas las vidas, silencian los sentidos de otros cuerpos hasta volverlos “in-significantes” (Mafía, 2009:220).

En este sentido, podemos percibir cómo la noción de *blanquito* está interconectada con la matriz cultural que pondera “lo blanco” como lo superior, y, a la vez, cómo es incorporada esta visión hegemónica en el cotidiano de sus vidas, determinando prácticas concretas.

Para enriquecer la anterior argumentación concordamos con Margulis (1999) en que existe una conexión entre las clases sociales y la racialidad, conexión que el autor denomina como *racialización de las relaciones de clase*: las manifestaciones discriminatorias que recaen sobre la población más pobre (vinculada a migraciones del interior y de países limítrofes)

tienen su origen en el proceso histórico de constitución de las diferenciaciones sociales que se organiza, desde un inicio, sobre bases raciales. Este proceso persevera a lo largo de siglos y hoy se sigue manifestando (...) en las clasificaciones sociales presentes en nuestra cultura (Margulis, 1999: 38).

Esas clasificaciones atribuyen superioridad o inferioridad, valor o desvalor y legitimidad a atributos vinculados con un sector de la población, y también han cargado con rasgos negativos a otros sectores, que se identifican con no ser blancos. En conclusión:

las relaciones de clase entablan una dialéctica particular con las formas culturales e instalan códigos que reproducen y naturalizan las jerarquías, legitiman el lugar central del hombre blanco y proclaman, (...) el lugar subordinado del otro (...) cuya inferioridad se constata en

la vida cotidiana a partir de pautas estéticas y morales (Margulis, 1999: 48).

En nuestra experiencia de campo, pudimos observar que lo *blanquito* designa una multiplicidad de fenómenos, donde no siempre se hace referencia a lo mismo, sino que se abstrae de su “base empírica” (asociada con el color de tez blanca) para designar una modalidad global del cuerpo, un parámetro de belleza, un modo de distinción.

Hemos encontrado esta palabra en numerosas charlas. Por ejemplo, una joven de 13 años argumentaba que le gustaba un chico “porque era blanquito”, otra nos decía sobre su hijo que “es re lindo, porque es blanquito así”. Frente a la pregunta sobre quién era la más linda del barrio dos jóvenes coinciden que la más linda es Teresa porque es “medio blanquita”. Así, una de las significaciones que se le otorga es lo que indica lo lindo, alguien *blanquito* es alguien portador de belleza.

Asimismo, el *ser blanquito* será utilizado como un criterio de selección sobre lo que queda bien o queda mal. Por ejemplo, tres mujeres de diversas edades comentan, sobre otra mujer que se había teñido el pelo recientemente, que el pelo oscuro, teñido de negro, le quedaba más lindo “porque la hace más blanquita” (Nota de campo n° 15). O dijeron a quien las entrevistó “a vos el rubio te queda bien porque sos blanquita, a mi no porque soy negra” (Tati, Nota de campo n° 53).

De la misma forma, la elección de determinados colores en la indumentaria se realiza con este criterio:

Le digo a Tati que si tenía frío que se abrigue, entonces saco del bolso un saco amarillo huevo de la ropa que ha sido donada, le digo: “¡qué lindo que es éste! ¡Ponételo que parece abrigado! ¡Que lindo color! ¡Te puede quedar lindo!”. Y se lo pongo en la espalda (estábamos sentadas una al lado de la otra), me dice: “no, a los negros el amarillo nos hace más negros”, y repite la frase varias veces luego (Nota de Campo n° 35, Tati).

Esta nota de campo deja entrever varios aspectos interesantes. Por un lado, cómo se percibe ella misma, identificándose con “los negros”. Por otro lado, considera “la negritud” como algo a eludir, a ocultar, algo feo, y por ende, la selección de la ropa o de determinados colores estará signada, en algunas situaciones, por esta asociación entre “negro-feo”, “blanquito-lindo”, prefiriendo aquello que no resalte lo negro o, a la inversa, te haga “más blanca”. A su vez, el “hacerse más blanca” implica que ellas no lo son, sino que, en tales casos,

pueden llegar a aparentar serlo, y así establecer estrategias para conseguirlo. A continuación se expone un fragmento de una entrevista realizada a Dana e Irma, donde se vislumbran estas estrategias para “hacerse más blancas” que determinan el color con el que se tiñen el pelo, al mismo tiempo que se expone la ineficacia de estas estrategias vinculada a la imposibilidad de cambiar lo que se es.

D: Yo fui la primera que lo tuvo rubio, pero me lo saqué cuando todas se empezaron a poner, ni en pedo me parecía a nadie. Porque me quería ser más blanca por eso.

E: ¡Qué maldad estas diciendo, Dana! (risas)

D: Que algunas son morochas y se pintan de rubio para hacerse las blancas. Pero igual, si sos negra no te podés poner rubio porque te salta más negro.

E: ¿Pero para que hacerse la blanca?

I: Es como que creen... por ahí... que el color del pelo aclara la piel capaz. No sé, pero yo no tengo mucho castaño claro (Entrevista a Irma y Dana).

El *ser blanquito* se utiliza, también, para delimitar aquello que se asocia con lo que está “fuera del barrio”, “los otros”, personas que pertenecen a otros sectores sociales. En varias oportunidades a mi compañera de trabajo de campo y a mí, nos preguntaron insistentemente si éramos hermanas, cuando tenemos una tipología bastante diferente a los ojos de otros interlocutores (por ejemplo, ella tiene el cabello castaño muy claro y ojos verdes claros, y yo tengo ojos marrones y, en ese momento, tenía el pelo color castaño), lo que nos hermana es el “ser blancas”:

Estábamos con mi compañera por ahí, se acerca otra nena y nos dicen “¿ustedes son hermanas?” (otra vez nos preguntan), les respondo que no, que no somos muy parecidas y me dice “sí, si son blancas”. Me acerco a Nicolasa, quien estaba también participando de la conversación, y le digo “pero ella tiene ojos claros y yo soy morocha”, Nicolasa me mira y me dice: “no, no sos morocha” (Nota de campo n° 29).

Aquí se manifiesta la distinción entre “nosotras, las de barrio” y “ellas, las del centro” que se vislumbra en la negativa a que me autoperciba como morocha.

El *ser blanquito*, como dijimos, remite a un modo de distinguirse, diferenciarse, a un lugar preferencial. Para ejemplificar esto encontramos una frase que rememora lo expuesto: *Tati le dice al hijo mientras jugaban: “no te juntes con estos negros, vos que sos todo rubio; vos que sos todo lindo y rubio, esos negros de mierda, caca”* (Nota de campo n° 23). Sin embargo, cuando a la misma persona le preguntamos cómo le gustaban los hombres negros rotundamente que le gustaran los rubios (incluso dijo que los odiaba) y aseveró

que prefería los morochos. En este sentido también se pone en juego lo que Semán y Vila (2008) plantean sobre las acepciones que tiene la palabra “negro” a partir de las letras musicales de la cumbia y el rock, donde se percibe la convivencia de tendencias contradictorias, a veces estigmatizantes (“negro feo”) y otras contraestigmatizantes (“no me gustan los rubios”).

Algo interesante para reflexionar es que ellas no se perciben como *blanquitas*, sí a sus hijos e hijas, a una amiga o a una vecina, pero no a ellas mismas. De hecho, frente a la pregunta de quién es la más linda del barrio tanto las más jóvenes como las adultas respondieron en numerosas conversaciones informales, y entrevistas, que en el barrio no había nadie lindo, que eran todos “negros feos”, y esa era la primer respuesta que se daba, como si la belleza como atributo general no les perteneciera.

Por otra parte, la otredad también es construida al interior del barrio. Existen quienes son “más negros que ellas”. En este sentido, se hace referencia a personas provenientes de Bolivia y Paraguay, lo que da cuenta de las relaciones de poder dentro de del barrio, que se manifiestan en la construcción de cuerpos legítimos para el barrio.

Esto sí, esto no

En las elecciones que se realizan sobre la estética se ponen en juego, como vimos anteriormente, esas tensiones entre la influencia de los parámetros hegemónicos de belleza y la constitución de un modelo de belleza vinculado a ellas. Así, se va estipulando lo que sí es y lo que no es para ellas.

En un momento dice “yo nunca estoy a la moda”. (...) Le digo que para ella me gustaba la bufanda “¿Cuál?”, pregunta. “Esa”, le digo. “Aparte es suavecita”, me contesta, y me la pasa por la cara. Se la vuelve a poner “no, yo no uso nada de esto, me siento ridícula”. “¿Por qué te sentís ridícula?”, le pregunto “No sé, yo no uso nada, ni maquillaje ni nada, acá las chicas del barrio te miran si te ponés algo, y mi marido me dice que me arregle, que me pinte, que me maquille y yo me siento ridícula, y no lo hago” (Nota de campo nº 37, Tati).

En este fragmento observamos que Tati bajo la forma de la ridiculez determina qué puede usar y qué no. Toma como parámetro la mirada de las otras chicas del barrio. Al mismo tiempo que reconoce con cierta desazón no estar a la moda, porque eso no es para ella.

En correlación con lo anterior, he notado que frecuentemente algunas mujeres de diversas edades están maquilladas. Se adornan los ojos y no la boca, sobre todo las más jóvenes. Este hecho llevó a que le preguntara a la hermana de Tati, Dana, por qué llevaba los ojos maquillados y no la boca:

Le pregunto si no le gustaba pintarse la boca y me dice que no, que se pinta los ojos porque son lindos, pero que tiene una boca fea, que por eso no se la pinta. Me cuenta que le quisieron poner brackets en 21 y 81, (...) pero que ella no quiso porque iba a quedar más bocona. Me dice que sus dientes son feos, muy grandotes, le muestro los míos y le digo que los míos son más grandotes que los de ella, y ella decía que no, y que con brackets iba a quedar más bocona aún, que por eso “ni en pedo” se los ponía. (Nota de campo n° 15, Dana).

En continuación con lo anterior, la Chiqui, quien en ese momento iba al colegio, nos decía:

P: Pero los ojos los tenés pintados...
R: Sí, los ojos siempre, porque como voy al colegio...
P: ¿Y qué tiene?
R: Y... en el colegio vos... si van todas pintadas tengo que ir pintada.
P: Pero, ¿qué diferencia hay entre pintarse los ojos y pintarse los labios?
R: Y que si vos te pintas los labios... acá no nos pintamos los labios porque piensan que sos re “fififi”, ¿entendés? Y los ojos no, porque los ojos todos se pintan.
P: Ah, como que acá podría pintarme los ojos pero no los labios porque sino me... ¿se piensa que me la doy de más...?
R: Sí, pero acá todos te conocen porque venís seguido, pero si vos venís una sola vez... si venís con Cynthia⁴ está todo bien, no te dicen nada, pero si sos pibita de nuestra edad y venís así repintada los labios, con los aritos, las pulseras, todo, te tienen la re bronca. Tratan de tirarte los palos los pibes “¡¿eh, loca que venís a hacer acá?!”, hablan así con las otras, “mirá, esa putita de mierda se viene a hacer la mala”, ¿entendés? (Entrevista a la Chiqui).

En ambas situaciones podemos observar que existe algo en relación a la boca por lo cuál no debe ser destacada, especialmente con maquillaje. Goffman menciona que toda presentación de uno mismo proyecta una situación que tiene un carácter moral, en el sentido de que: “la sociedad esta organizada sobre el principio de que todo individuo que posee ciertas características sociales tiene un derecho moral a esperar que otros lo valoren y lo traten de un modo apropiado” (Goffman, 1971: 24).

En consecuencia, dice el autor

cuando un individuo proyecta una definición de la situación y con ello hace una demanda implícita o explícita de ser una persona de determinado tipo, automáticamente presenta una exigencia moral a los otros, obligándolo a valorarlo y tratarlo de la manera que tiene derecho a esperar las personas de su tipo. También renuncia a toda

⁴ Cynthia es una de las referentes de los programas sociales que se desarrollan en el barrio, quien trabaja en el mismo hace más de cinco años.

demanda a ser lo que él no parece ser, y en consecuencia renuncia al tratamiento apropiado para dichos individuos (Goffman, 1971:25).

En continuidad con el autor, se da esta “renuncia” a no ser otra: el pintarse la boca es de alguien “cheto”, o que quiere ser más de lo que aparenta, porque el acto de “embellecer” la boca le pertenece a otro sector social, identifica a “las del centro”.

No es de extrañar este valor otorgado a la boca, ya que uno de los indicadores corporales más generales sobre la pobreza es la falta de dientes, y a la inversa, un símbolo de status social es una dentadura blanca y completa⁵. Las mujeres del barrio dan cuenta de esto: “quién me va a querer si tengo toda la boca podrida” (Carmen, nota de campo n° 40, a quién le faltan los dientes) “por suerte con el embarazo no se me cayeron los dientes” (Tati) “ahora que estoy flaca me voy a poner los dientes” (Magdalena mamá de Tati). En correlación con lo anterior la boca no suele destacarse porque no está en correspondencia con una boca socialmente aceptable. A su vez, otras mujeres nos comentan que no se maquillan la boca porque se va rápido, a diferencia de los ojos, fundamentando entonces en la durabilidad el motivo por el cual se destaca una zona de la cara.

De este modo, se pone en juego lo que sí es para el barrio, se define cómo debe ser alguien de allí y cómo no, al mismo tiempo que se desestima, desvaloriza eso que no se es, como nos dijo la entrevistada: “las que se pintan los labios son putitas” o “queda más lindo pintarse los ojos”.

Por otra parte, debemos considerar como dice Goffman que toda situación de encuentro implica la fachada como aquella actuación que se reitera en el tiempo, y que prefigura quienes somos, a fin de mantener el rol que nos compete en la sociedad. Y en este sentido, también se despliega una tipología sobre lo que se debe ser, que luego en los hechos no necesariamente se desarrolla de tal modo. Esta especie de juego que tiene que ver con los vínculos sociales, se activa de un modo particular en mi presencia, ya que está claramente identificado que soy del centro:

P: pero por ejemplo yo que parezco?

R: y sí, que estudiás, que estás con Cynthia, y eso.

P: ¿Por qué?

⁵La mayoría de las publicidades que aparecen en la revista VIVA a lo largo de un año, es sobre cuestiones vinculadas a cuestiones bucales: arreglos, blanqueamientos, ortodoncia, etc. (Aréchaga, 2011).

R: Porque si, por la forma de las zapatillas, nosotros acá usamos toda la ropa marcada, vos no, vos usás el jean suelto, nosotros todo apretado, por ejemplo esa camperita acá nosotras no usamos (Entrevista a la Chiqui).

En este pasaje se visualiza una clara descripción de quién es quién, donde se aprecia cómo a partir de la apariencia se puede saber cuál es el sector social al cual se pertenece, al mismo tiempo que se realiza la distinción nosotros-ellos. Cuando Tati dijo reiteradamente “a los negros el amarillo los hace más negros” se reía, desdramatizando lo que estaba diciendo, estaba poniendo en juego el repertorio aprendido sobre las valorizaciones y sentidos que circulan sobre los pobres, desde otros sectores sociales. Lo que no implica quitarle relevancia o veracidad sobre lo que dice.

Del mismo modo, cuando se piensa a lo femenino vinculado con los cuidados del cuerpo y, por ende, con la preocupación por la gordura, la piel, las estrías, la depilación, etc. también parece haber algo de este juego de presentaciones, un como si. Una cantidad de cuidados que se piensan que deberían tenerse (por ejemplo, tener muchas cremas pero no usarlas) pero que no siempre se pueden o quieren o parece relevante tenerlos.

Por último, la moda es un tema recurrente, ya sea porque se sigue o porque no se está a la moda del barrio. Pero también es un disfraz: Tati nos decía sobre sus hijos “¡ahhh, yo los disfrazo a la moda!”, que implica que frente a circunstancias cruciales pueda ser relegada.

Algunas reflexiones

En primer lugar, es interesante pensar que no hay un único modo de ser/parecer de las mujeres del barrio. Si bien, en líneas generales, existe una homogeneidad, esto no implica que no haya una pluralidad dentro de esa homogeneidad.

Los estereotipos de belleza en el barrio se constituyen como un sistema que integra este proceso de distancia-autoafirmación, donde se alejan de “las del centro” a partir de incorporar determinados prejuicios, como por el ejemplo algunas acepciones del ser *blanquita* como sinónimo de belleza, y las prácticas que se instituyen al respecto.

Pero, a veces, se transfiguran estos prejuicios en algo positivo, como cuando se valoriza la fuerza en contraposición a la debilidad, o las capacidades resolutorias de la vida cotidiana vinculadas a la practicidad, en contraposición con la futilidad de la vida de las personas del centro. En este sentido, coincidimos con Semán y Vila en que ciertas “interpelaciones son apelaciones identitarias reivindicadas que implican una tentativa de revertir el estigma con que aparecen esas categorías en los usos hegemónicos” (Semán y Vila, 2008: 13).

Con esto damos cuenta de que si bien los modelos de belleza femeninos responden a estereotipos hegemónicos (hacemos referencia por ejemplo a los que se presentan en las revistas de moda para mujeres), hay una gestión de las mujeres del barrio sobre esos estereotipos y una regulación propia que obedece a las lógicas de lugar, vinculada con las relaciones de parentesco, historias personales, etc.

En todo caso, la apariencia también funciona como nomencladora del estatus social que se posee, ya sea en el sistema social general o en el barrio. Asimismo, en el barrio, también se reproducen esas tensiones “macro” entre estereotipos dominantes y subordinados, ligados sobre todo a la nacionalidad: bolivianos y paraguayos suelen ser objeto de estigmatizaciones.

Para finalizar, hay una cierta renuncia a pertenecer “a las del centro”, porque también hay una elección de ser lo que se es: “del barrio”. Y esto, si bien puede generar que se reproduzcan ciertas desigualdades y estigmatizaciones, también permite sobrellevar la vida de un modo menos frustrante.

Referencia bibliográfica

ARÉCHAGA, Ana Julia (2011) "El cuerpo hegemónico. Un análisis sobre los cuerpos presentes en la revista VIVA 2010- 2011" en *Actas del X Congreso Argentino de Antropología Social 2011*. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras. Buenos Aires. Disponible [6 de junio del 2012] <http://www.xcaas.org.ar/grupostrabajos sesiones.php?eventoGrupoTrabajoCodigoSeleccionado=GT49>.

BOURDIEU, Pierre (1998) *La Distinción. Críticas y bases sociales del gusto*. Taurus. Madrid.

GOFFMAN, Erving (1971) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu editores. Buenos Aires.

HALL, Stuart (1984) "Notas provisionales sobre la deconstrucción de lo popular" en Samuel, Ralph (ed.). *Historia popular y teoría socialista*. Crítica. Barcelona.

MARGULIS, Mario (1999) "La racialización de las relaciones de clase. En Margulis; Urresti (coord.) *La segregación negada. Cultura y discriminación social*. Bibliós. Buenos Aires.

MÍGUEZ, Daniel y SEMÁN Pablo (2006) "Diversidad y recurrencia en las culturas populares actuales" en Míguez, Semán (ed) en *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*. Biblos. Buenos Aires.

MÍGUEZ, Daniel y VILA, Pablo (2008) "La música y los jóvenes de los sectores populares. Más allá de las *tribus*", en revista TRANS Revista Transcultural de Música, Julio, N° 012. Barcelona. Versión online (02/06/2012) <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=82201201>.

VIGARELLO, Georges (2009) *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Nueva Visión. Buenos Aires.

